

**INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DIRETORIA DE ENSINO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

CAMILA INÊS FACCIN

**VALORES ORGANIZACIONAIS: QUAL A PERCEPÇÃO DOS
GESTORES E COLABORADORES DA CRESOL CENTRO-SUL RS/MS?**

Frederico Westphalen, RS, 2023

CAMILA INÊS FACCIN

VALORES ORGANIZACIONAIS: QUAL A PERCEPÇÃO DOS GESTORES E COLABORADORES DA CRESOL CENTRO-SUL RS/MS?

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) desenvolvido como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharela em Administração** junto ao Instituto Federal Farroupilha – Campus Frederico Westphalen

Orientadora: Prof. Dra. Ana Claudia da Rosa

Frederico Westphalen, RS, 2023

**INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DIRETORIA DE ENSINO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

A Banca Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**VALORES ORGANIZACIONAIS: QUAL A PERCEPÇÃO DOS GESTORES E
COLABORADORES DA CRESOL CENTRO-SUL RS/MS?**

Elaborado por

CAMILA INÊS FACCIN

Como requisito parcial para obtenção do grau de
BACHARELA em ADMINISTRAÇÃO

Banca Examinadora:

Prof. Ma. Ana Claudia da Rosa
(PRESIDENTE/ORIENTADORA)

Prof. (a) Dr. (a) (nome do avaliador)
(instituição do vínculo do professor)

Prof. (a) Me. (a) (nome do avaliador)
(instituição do vínculo do professor)

Frederico Westphalen, RS 2023

AGRADECIMENTOS

Agradecer primeiramente ao meu bom Deus pelo dom da vida, pelas oportunidades que Ele tem colocado em meu caminho, pelos desafios, obstáculos e conquistas superados e alcançados, pela força na qual me agarrei para concluir mais este sonho.

A minha família e amigos pelo apoio, incentivo e paciência para comigo nesse momento de dedicação e estudo. Em especial as minhas colegas, amigas e companheiras de curso Andressa das Graças Barimarki e Jaqueline Zanatta, obrigada por estarem ao meu lado nesses quatro anos, vocês fazem parte dessa conquista.

A minha orientadora professora Dra. Ana Cláudia da Rosa e aos professores que contribuíram com orientações para o desenvolvimento deste trabalho professor Roberto Carlos Dalangoro, Vivian Costa e Denise Espich, pelos ensinamentos e conhecimentos compartilhados, além da paciência e dedicação para comigo, meu sincero muito obrigada.

A cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS pela disponibilidade e oportunidade em realizar e aplicar este trabalho. Agradeço aos colegas pelo empenho e participação ao responder os questionários, a equipe do RH pelo auxílio e a direção em nome do presidente Carlos Cupercini e vice-presidente Mauri Picoli pela abertura e realização do feedback com a equipe.

Agradeço também a mim por toda a dedicação, empenho, força de vontade, erros e acertos na busca incessante do meu melhor para realizar este trabalho de conclusão de curso e realização do sonho da tão esperada formatura.

RESUMO

VALORES ORGANIZACIONAIS: QUAL A PERCEPÇÃO DOS GESTORES E COLABORADORES DA CRESOL CENTRO-SUL RS/MS?

AUTORA: Camila Inês Faccin

ORIENTADORA: Prof. Dr. Ana Claudia da Rosa

O cooperativismo cresce em nossa sociedade, especialmente no que se refere à realidade brasileira, no entanto precisa ser melhor entendido, tendo em vista que o cooperativismo é a soma de esforços para alcançar um determinado objetivo, onde as pessoas envolvidas devem ter uma mesma linha de pensamento e trabalhar juntas para buscar resultados. O cooperativismo pode ser observado em um grupo de pessoas que se unem para tornar-se mais fortes e alcançar resultados com mais eficiência. O presente estudo realizado na Cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS buscou descrever os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS. O comportamento organizacional dentro das cooperativas condiz em como seus colaboradores agem em relação aos valores espostados por esta, isso reflete em como a mesma é vista aos olhos de seus cooperados. A abordagem desta pesquisa foi qualitativa e quantitativa, descritiva e em relação aos procedimentos esta pesquisa se classifica como aplicada a partir de estudo de caso e da aplicação de um questionário via Google *Forms*, elaborado a partir da escala de valores de Tamayo (2008). Os resultados obtidos auxiliaram na compreensão de como os funcionários das empresas estudadas priorizam valores em suas vidas pessoais e como percebem os valores priorizados pela empresa. Verificou-se que o fator de valores pessoais com melhor avaliação na vida dos funcionários foi o universalismo/benevolência. Este valor é crítico para muitos trabalhadores porque a análise do desvio padrão mostra que é baixo. É importante para eles salvaguardar e melhorar o bem-estar daqueles com quem interagem, bem como tolerar e promover o bem-estar de todos e da natureza.

Palavras-chave: Comportamento Organizacional. Gestão de Pessoas. Cooperativismo.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Amostra do estudo	24
Tabela 2 Fatores e números de afirmações	24
Tabela 3 Objetivos e análise	24
Tabela 4 Médias e desvios padrões do fator 1	30
Tabela 5 Médias e desvios padrões do fator 2	31
Tabela 6 Médias e desvios padrões do fator 3	31
Tabela 7 Médias e desvios padrões do fator 4	32
Tabela 8 Médias e desvios padrões do fator 5	32
Tabela 9 Médias e desvios padrões do fator 6	33
Tabela 10 Médias e desvios padrões do fator 7	33
Tabela 11 Médias e desvios padrões do fator 8	33
Tabela 12 Médias e desvios padrões dos fatores	34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Gênero.....	26
Figura 2 Qual a sua idade?	27
Figura 3 Qual seu nível educacional?	27
Figura 4 Qual seu curso?	28
Figura 5 Qual sua região?	28
Figura 6 Qual seu tempo de atuação na empresa?	29

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Tabela de descrição dos fatores	30
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CO - Comportamento Organizacional

GP - Gestão de Pessoas

IPVO - Inventário de Perfis de Valores Organizacionais

TCC - Trabalho de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 A PROBLEMÁTICA DE ESTUDO	9
1.2. OBJETIVOS.....	10
1.2.1 OBJETIVO GERAL	10
1.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	10
1.3 JUSTIFICATIVA.....	10
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1 COOPERATIVISMO.....	12
2.2 RAMOS DE COOPERATIVAS	15
2.3 GESTÃO DE PESSOAS.....	17
2.4 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	18
2.5 CULTURA ORGANIZACIONAL	21
2.6 VALORES ORGANIZACIONAL	22
2.6.1 ESCALAS DE VALORES ORGANIZACIONAIS	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	27
3.2 COLETA DE DADOS	28
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	30
4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES	30
4.2 PERCEPÇÃO DOS VALORES	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	42
APENDICE A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO- TCLE.....	43
APÊNDICE B: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	44

1 INTRODUÇÃO

No atual contexto em que vivenciam as organizações, considerar os valores organizacionais da instituição pode ser muito importante no seu processo de desenvolvimento. Em um cenário onde cooperar é fundamental para o alcance dos objetivos empresariais, as questões ligadas ao fortalecimento do clima organizacional, da motivação dos profissionais envolvidos no ambiente de negócios, têm relação com o fortalecimento das equipes de trabalho engajadas nos valores da organização (MOTTA; VASCONCELOS, 2017).

Inserido neste contexto, Tamayo (2008) enfatiza a importância para uma organização em ter valores que influenciem nos esforços dos colaboradores, na projeção de determinados comportamentos, bem como na persistência do desempenho deles. Os valores expressam metas e interesses da organização enquanto coletividade de interesses e motivações dos seus membros (TAMAYO, 2008). Diante disso, torna-se importante para as cooperativas este olhar para os seus valores organizacionais.

No Brasil, o entendimento da forma cooperativa de organização está amparado na Constituição Federal e detalhado na Lei nº 5.764/1971, que estabeleceu o corporativismo no âmbito do Estado, contudo, não forneceu ferramentas adequadas para enfrentar desafios como o isomorfismo - a tendência de as organizações se tornarem similares em sua estrutura - e a natureza dual das empresas, atuando simultaneamente como entidades econômicas e grupos sociais (BRASIL, 1971). É preciso destacar que isso resultou na incapacidade de controlar o aumento excessivo de valor dentro de algumas partes dessa estrutura complexa. Por outro lado, é importante destacar que as leis mencionadas oferecem maneiras de superar esses obstáculos no contexto das cooperativas.

O fundo estatutário e obrigatório, conforme preconizado na Lei nº 5.764/1971, adotado pelo movimento cooperativo é denominado Fundo de Assistência Técnica Educacional e Social, que representa no mínimo 5% do superávit líquido apurado no ano anterior (BRASIL, 1971). O Fundo indica assim a fonte de recursos que deve ser utilizada para o trabalho cooperativo de educação, formação e informação no contexto da organização, visando os membros, as suas famílias e, se assim estiver previsto no estatuto, os trabalhadores da cooperativa.

1.1 A PROBLEMÁTICA DE ESTUDO

O presente estudo se propôs a esclarecer a problemática levantada na pesquisa com relação aos valores organizacionais da cooperativa estudada. Deste modo, o problema de

pesquisa é: *Qual é a percepção dos colaboradores e gestores da Cresol Centro-Sul sobre os valores da organização?*

Para responder ao problema, foram delimitados objetivos, sendo discutidos na sequência.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo desta pesquisa é descrever os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para atingir o objetivo geral foram definidos como objetivos específicos:

- I- Descrever o perfil da equipe de colaboradores e gestores da Cresol participante do estudo;
- II- Identificar os valores expostos pela Cooperativa Cresol.

1.3 JUSTIFICATIVA

Ao adentrar no universo das cooperativas, depara-se com um cenário rico em valores e práticas organizacionais únicas. Esta investigação é motivada pela relevância crescente que esses valores têm na definição da cultura, das crenças, da filosofia e até mesmo da competitividade de mercado das organizações. A análise dos valores organizacionais em cooperativas não é apenas uma janela para compreender suas práticas internas, mas também um meio de perceber como esses valores impactam o comportamento e a atuação dos colaboradores.

Tamayo (2007) afirma que uma organização que apresenta comportamentos de inovação, criatividade e persistência é resultante dos esforços que seus colaboradores empregam em determinados comportamentos. Desta forma, os valores organizacionais dentro de toda e qualquer organização representam um contexto importante e definem sua cultura organizacional, suas crenças e sua filosofia, a definição de seus colaboradores e sua competitividade de mercado também se dá pela definição da cultura organizacional.

O tema escolhido deu-se pelo interesse da pesquisadora, como sua proximidade e afinidade com o assunto. A realização deste estudo proporcionou conhecimento aprofundado sobre os valores organizacionais da cooperativa e dessa forma a pesquisadora poderá observar e identificar a prática dos valores organizacionais na organização.

No âmbito acadêmico o levantamento bibliográfico sobre valores organizacionais dentro de uma cooperativa possibilita contribuir novos conhecimentos e perspectivas para futuras pesquisas e publicações neste nicho. Segundo Tamara Perez (2021), o cooperativismo por ser um segmento relativamente ainda pouco estudado, vem crescendo e se desenvolvendo, oportunizando a geração de conhecimento e aderência dos que estão envolvidos com a cooperativa em relação a seus valores.

Os colaboradores, por serem parte fundamental da funcionalidade de uma organização sabem que estas devem estar em constante desenvolvimento e fomentação de seus valores organizacionais, para que não haja um enfraquecimento na cultura organizacional da cooperativa e nem uma contraposição do que a mesma preza e seus colaboradores realizam. Por meio dos resultados obtidos neste trabalho torna-se possível identificar os valores prestados pelos colaboradores e gestores, desta forma contribuindo com a melhoria das práticas de Gestão de Pessoas (GP) na organização. Além disso, esta pesquisa pode servir de base para novos estudos, em outras cooperativas

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho está dividido em introdução, com a questão problema de estudo, os objetivos e justificativa. Na sequência o referencial teórico com os temas relevantes em relação ao estudo construído. Posteriormente a metodologia de estudo que destaca a abordagem e os procedimentos metodológicos da pesquisa. Dá-se sequência com os resultados e discussão e pôr fim a conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este tópico apresenta as bases teóricas relativas ao tema da pesquisa. Para isto, aborda os seguintes assuntos: cooperativismo, ramos de cooperativas, gestão de pessoas, comportamento organizacional, cultura organizacional e valores organizacionais.

2.1 Cooperativismo

O sistema de cooperativismo está presente em muitos países, e através da Aliança Cooperativa Internacional (ACI), os conceitos desse modo associativo foram difundidos internacionalmente. Dessa forma, os termos “cooperação”, “cooperado”, “cooperativo”, “cooperativa”, “cooperativismo”, entre outros, são utilizados como sinônimos de cooperar (REISDORFER, 2014).

Cooperativismo é um movimento, uma filosofia de vida e uma forma de organização socioeconômica, que possui a capacidade de integrar o desenvolvimento da economia e o bem-estar social. Dentre os referenciais do cooperativismo estão a participação democrática, a solidariedade e a autonomia (REISDORFER, 2014).

Deste modo, o cooperativismo teve origem em um momento histórico no qual tinha início a doutrina econômico liberal, conceito estabelecido por Adam Smith, filósofo e economista britânico, que apoiava o afastamento do Estado da sociedade. Através desse modelo econômico, o governo deveria garantir os direitos básicos à população: paz e segurança, mas não eram obrigados a fornecer direitos secundários: educação, saúde, habitação etc. (FARDINI, 2017; REISDORFER, 2014; SILVA *et al*, 2013.)

O modelo de Estado Liberal foi ainda mais expressivo na época da Revolução Industrial, que desencadeou a exclusão social, resultando em problemas sociais como êxodo rural, desemprego, baixos salários, miséria, condições de trabalho inadequadas e longas jornadas de trabalho. Mulheres e crianças trabalhavam em condições desumanas, pois eram consideradas mão de obra mais barata (FARDINI, 2017; SALES, 2010).

Dessa forma, o modelo liberal obrigava as pessoas a buscarem por soluções para garantir a sua sobrevivência. O cooperativismo teve origem como uma alternativa para buscar acesso a bens, serviço e trabalho frente às desigualdades sociais e concentração de riquezas por uma minoria (FARDINI, 2017).

A primeira cooperativa no mundo foi fundada no ano de 1844 na cidade de Rochdale-Manchester, interior da Inglaterra, devido a necessidade e sem condições de comprar o básico

para sobreviver, um grupo de 28 trabalhadores uniram-se para montar seu próprio armazém. Com uma proposta simples e funcional, eles compravam alimentos em grande escala com melhor preço, em que tudo o que era adquirido era dividido igualmente entre o grupo. Desta forma nascia então a “Sociedade dos Probos de Rochdale”, uma cooperativa moderna, que abriu as portas com base em valores e princípios morais considerados, até hoje seguem como base do cooperativismo, entre eles a solidariedade, transparência, equidade e honestidade (OCB-AC, 2021).

A primeira cooperativa fundada no Brasil foi a Associação Cooperativa dos Empregados da Companhia Telefônica, em Limeira, São Paulo em 1891. Em seguida, o cooperativismo ganhou força no país com a chegada de imigrantes alemães, italianos e japoneses, que habitavam o sul e sudeste do país. O grande marco do cooperativismo no país ocorreu através da publicação do Decreto nº 22.239, de 19 de dezembro de 1932, a Primeira Lei Orgânica do Cooperativismo Brasileiro (FARDINI, 2017).

O Movimento Cooperativista teve início em 1847 quando o médico francês Jean Maurice Faivre, que era simpatizante das ideias revolucionárias de Charles Fourier, fundou a colônia Tereza Cristina, no Paraná, com princípios de cooperativismo. Esta organização teve uma breve existência no país, porém representa uma base para o estabelecimento do movimento (FARDINI, 2017).

Na década de 50 surgiram as primeiras iniciativas para a unificação do cooperativismo através da União Nacional das Associações Cooperativas (UNASCO). Em seguida, devido a divergências entre membros desta entidade, foi criada a Associação Brasileira de Cooperativas (ABCOOP). Em 2 de dezembro de 1969 o cooperativismo ganhou sua própria entidade representativa, através da fundação da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) (FARDINI, 2017; OCB, 2021).

O objetivo do cooperativismo é disseminar as ideias nas quais se fundamenta, a fim de alcançar o desenvolvimento financeiro, econômico e social de todas as cooperativas. O modelo cooperativista existe desde os primórdios da sociedade. O cooperativismo é resultado da necessidade de sobrevivência através da reunião de pessoas, trabalho, ideias, que realizam seus objetivos através de esforço contínuo (REISDORFER, 2014).

O cooperativismo possui sete princípios básicos, que estão detalhados a seguir (JUNQUEIRA, SOUZA; JARDIM, 2021):

1) **Princípio da livre adesão:** As cooperativas são associações formadas por pessoas que possuem interesses e objetivos em comum. Dessa forma, são organizações abertas à todas as pessoas que desejam usufruir dos seus serviços e assumir responsabilidades como

membros, sem qualquer discriminação de raça, religião, sexo ou política (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

2) **Gestão democrática pelos cooperados:** São organizações democráticas, administradas pelos seus participantes, que atuam ativamente na instituição de políticas e tomada de decisões (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

3) **Participação econômica dos cooperados:** Os membros da cooperativa contribuem de forma igualitária para o desenvolvimento do capital da organização (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

4) **Autonomia e independência:** As cooperativas são organização autônomas de auxílio mútuo, que são administradas pelos seus associados (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

5) **Educação, formação e informação:** As cooperativas têm a responsabilidade de fornecer educação e formação a seus membros, representantes e trabalhadores, a fim de colaborar com o desenvolvimento intelectual dos mesmos (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

6) **Intercooperação:** Através do trabalho conjunto de duas ou mais cooperativas, se objetiva atender melhor às necessidades dos seus associados (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021);

7) **Interesse pela comunidade:** As cooperativas atuam de acordo com os interesses das comunidades nas quais estão inseridas, por meio de políticas aprovadas pelos seus membros (JUNQUEIRA; SOUZA; JARDIM, 2021).

O cooperativismo tem a função de unir pessoas, visando atender às necessidades do grupo e não às necessidades particulares. Dessa forma, o cooperativismo é um modelo econômico que leva ao sucesso, com igualdade e justiça entre os indivíduos, através da cooperação mútua. O cooperativismo está associado a valores universais, e dessa forma, seu desenvolvimento se dá independentemente da língua, crenças ou nacionalidade (REISDORFER, 2014). Consequentemente, na maioria dos casos o cooperado ou membro da cooperativa é um trabalhador do meio rural ou urbano, que exerce qualquer atividade econômica, e se associa à cooperativa, passando a possuir responsabilidades, direitos e deveres (REISDORFER, 2014).

Do ponto de vista de uma doutrina social, o cooperativismo realiza uma sistematização da reforma da sociedade, a partir do momento que aspira pelo aperfeiçoamento moral do ser humano através da organização e implementação de valores essenciais às pessoas. Por outro lado, o cooperativismo é compreendido como uma ferramenta capaz de promover a

organização da sociedade, democratizando os investimentos, distribuição de renda, regulamentação de mercado, empregos e justiça econômica e social (REISDORFER, 2014).

2.2 Ramos de cooperativas

A origem da estrutura organizacional das cooperativas está relacionada com o processo de desenvolvimento tecnológico da agricultura no Brasil, com o objetivo de atender as necessidades do estado e do agronegócio no país. Por exemplo, as cooperativas agropecuárias tiveram origem a partir da necessidade de armazenamento de grãos, resultando em empresas de porte considerável apesar de que seus membros são geralmente pequenos agricultores. Os ramos de cooperativa são: infraestrutura, produção de bens e serviços, saúde e transporte (REISDORFER, 2014).

Deste modo, as cooperativas de crédito são um dos setores mais dinâmicos do cooperativismo, que em épocas anteriores, nas décadas de 60 e 70 foi duramente atacado pelo modelo econômico dominante. Já na década de 80, o modelo de cooperativismo de crédito começou a ganhar espaço, sendo que atualmente tem participação expressiva no setor. A primeira cooperativa de crédito fundada no Brasil foi a Caixa de Economia e Empréstimo Amstad, que teve origem em 28 de dezembro de 1902, através dos esforços do Padre Theodor Amstad. Esta cooperativa ainda está ativa, porém é atualmente denominada Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados Pioneira Serra Gaúcha – Sicredi Pioneira – RS (REISDORFER, 2014; FARDINI, 2017; OCB, 2021).

O quadro jurídico das cooperativas financeiras também estabelece outras regras que afetam a governação das cooperativas do sector. Segundo Sobrinho e Bastos et al (2009), a Resolução do Conselho Monetário Nacional nº 3.041, de 28 de novembro de 2002, estabelece as condições para o exercício de cargos estatutários em instituições financeiras autorizadas a funcionar no BC. Entre outras exigências, estabelece a formação técnica adequada às responsabilidades como condição para o exercício do cargo de consultor ou diretor executivo. Parâmetros de formação acadêmica e experiência profissional devem ser estabelecidos e o desempenho melhorado continuamente. Recomenda-se também que os consultores conheçam diversos temas para melhor compreender o funcionamento das cooperativas, tais como: gestão de pessoas, operações no mercado financeiro, gestão de riscos, recursos técnicos etc. (SOBRINHO; BASTOS et al., 2009).

As cooperativas agropecuárias são compostas por produtores de um ou mais produtos agropecuários, tais como abacaxi, mel, açúcar e álcool, arroz, aveia, aves, bovinos, leite e derivados, hortaliças, cana-de-açúcar, café, entre outros. Este tipo de cooperativa está diretamente ligado à todas as etapas da cadeia produtiva: plantio, colheita, tratamento,

beneficiamento, industrialização e venda dos produtos. As primeiras cooperativas agropecuárias foram fundadas no Brasil em meados de 1907 e este segmento tem presença significativa em todo o país, sendo reconhecido pela população, pois participa ativamente de transações com o mercado externo e interno (REISDORFER, 2014; FARDINI, 2017);

Cooperativas de consumo são as cooperativas de consumo realizam transações comerciais em grande escala através de comércios varejistas, farmácias, supermercados, postos de combustível, entre outros suprimentos e insumos para seus associados. Através da realização de compras em grande escala é possível adquirir produtos com menor preço, além disso as cooperativas de consumo possibilitam um equilíbrio dos preços no mercado, resultando em melhor atendimento e segurança para os associados. As primeiras cooperativas fundadas no Brasil, eram de consumo, tais como as organizações estabelecidas em Ouro Preto – MG e em Campinas – SP, formadas por empregados da Cia Paulista de Estrada de Ferro, fundadas em 1889 (REISDORFER, 2014; FARDINI, 2017);

Cooperativas educacionais são organizações surgiram da ineficiência do Estado no fornecimento de ensino de qualidade, além da falta de condições financeiras das famílias para bancar o ensino particular. Estas cooperativas são constituídas por professores, alunos de escolas agrícolas e pais de alunos. As cooperativas educacionais oferecem ensino básico e superior, difundindo a ciência, pesquisa aplicada e cultura através de atividades pedagógicas e acadêmicas. A primeira cooperativa educacional do Brasil foi fundada por professores da instituição Escolas Reunidas Cooperativa Ltda., em 1948, em Belo Horizonte – MG, em seguida a organização passou a se chamar Cooperativa de Trabalho Educacional – Cotel (REISDORFER, 2014; FARDINI, 2017);

Cooperativas de trabalho são compostas por profissionais tais como, arquitetos, artesãos, aviadores, cabeleireiros, catadores de lixo, dentistas, engenheiros, garçons, escritores, médicos, entre outros. Seus membros são pessoas atreladas a uma determinada profissão, com o objetivo de buscar melhorias quanto à sua remuneração e condições de trabalho. Dessa forma, corresponde a um setor de ampla abrangência, considerando que um grupo de profissionais de qualquer profissão pode se organizar em uma cooperativa. A primeira organização brasileira dessa modalidade foi a Cooperativa dos Carregadores de Bagagens do Porto de Santos, fundada em 1938 (REISDORFER, 2014; FARDINI, 2017);

O quadro jurídico das cooperativas financeiras também estabelece outras regras que afetam a governação das cooperativas do sector. Segundo Sobrinho e Bastos et al (2009), a Resolução do Conselho Monetário Nacional nº 3.041, de 28 de novembro de 2002, estabelece as condições para o exercício de cargos estatutários em instituições financeiras autorizadas a funcionar no BC. Entre outras exigências, estabelece a formação técnica adequada às

responsabilidades como condição para o exercício do cargo de consultor ou diretor executivo. Parâmetros de formação acadêmica e experiência profissional devem ser estabelecidos e o desempenho melhorado continuamente. Recomenda-se também que os consultores conheçam diversos temas para melhor compreender o funcionamento das cooperativas, tais como: gestão de pessoas, operações no mercado financeiro, gestão de riscos, recursos técnicos etc. (SOBRINHO; BASTOS et al., 2009).

2.3 Gestão de pessoas

O processo de gestão de pessoas dentro das cooperativas agrega conhecimento para uma melhor análise e identificação das oportunidades de aperfeiçoamento dos processos, bem como o desenvolvimento pessoal dos cooperados, tem o intuito de gerar resultados positivos para a organização.

De acordo com Chiavenato (1999) o processo de gestão de pessoas dentro de uma organização é responsável pelo recrutamento, treinamento, desenvolvimento, recompensas e avaliação do desempenho dos funcionários. De acordo com o autor, a gestão de pessoas está relacionada a uma série de fatores, que são específicos de cada organização, ou seja, dependem do ramo da empresa, do ambiente de trabalho, entre outros (MARQUES, 2015).

O amplo entendimento da gestão de pessoas no âmbito das organizações é crucial para os envolvidos no processo de gestão. Este é um processo que vem se desenvolvendo há séculos e compreende discussões em muitas áreas do conhecimento. A área de gestão foi marcada por alguns movimentos, sendo o primeiro ocorrido através da Administração Científica, que foi estimulada por Frederick W. Taylor (1856- 1915), nos Estados Unidos, e Henri Fayol (1841-1925), na França. Estes movimentos tiveram como principal objetivo oferecer fundamentação científica para o desenvolvimento das atividades administrativas, a fim de substituir o improvisado. De acordo com os estudos de Taylor, as pessoas produzem muito menos do que são capazes de fato. A partir dessa observação, Taylor desenvolveu sua metodologia de administração científica, que objetivava a racionalização do trabalho através da simplificação das etapas requeridas para execução das tarefas (ÁVILA; STECCA, 2015). A gestão de pessoas pode ser estudada a partir de três estágios diferentes, que estão descritos em seguida (MARQUES, 2015):

a) **Administração de pessoal:** processo de geração de folha de pagamento, realização de registros, lançamentos e controle de funcionários (MARQUES, 2015);

b) Administração de recursos humanos: compreende uma análise sistemática da organização e do ambiente de trabalho, sendo que é influenciada pelo elemento humano (MARQUES, 2015);

c) Gestão de pessoas: organizações focadas em pessoas como seu componente de maior valor, e que tem capacidade de produzir capital (MARQUES, 2015). Um bom sistema de gestão de pessoas exige objetivos bem definidos, domínio das metodologias empregadas, atualização das metodologias, objetividade na busca pelos resultados, além de uma boa noção, ou percepção acerca das influências provocadas pelas ações das pessoas (MARQUES, 2015).

A Gestão de Pessoas tem um papel importante dentro das organizações, esta busca a participação, envolvimento e desenvolvimento dos colaboradores. Tem como função humanizar a empresa, buscando desenvolver e agregar para o crescimento tanto pessoal quanto profissional.

2.4 Comportamento organizacional

O comportamento organizacional (CO) corresponde ao estudo de pessoas e grupos de pessoas que atuam em empresas ou organizações, avaliando como as organizações influenciam as pessoas, e vice-versa. O CO avalia a influência mútua gerada pela interação das pessoas e seu local de trabalho, sendo de grande importância para o desenvolvimento de novas organizações, para promover mudanças em organizações já existentes, além de ser importante para as pessoas que trabalham ou investem em organizações, ou as administram. Do ponto de vista de uma disciplina acadêmica, o CO teve origem como um grupo interdisciplinar de conhecimento que objetiva estudar e descrever o comportamento das pessoas em uma organização (CHIAVENATO, 2005).

O CO está intimamente ligado à forma com que os seres humanos agem durante seu trabalho nas organizações. Através do trabalho de psicólogos, o CO avalia aspectos da conduta individual, tais como a personalidade, atitudes, percepção, aprendizado, motivação etc. Quanto ao comportamento grupal, são avaliados normas, papéis, desenvolvimento de equipes e conflitos. No entanto, o comportamento de um grupo de pessoas não pode ser analisado somente a partir da soma dos comportamentos individuais, ou seja, os comportamentos individual e grupal diferem um do outro. As pessoas que compõem uma organização se comportam como indivíduos e como participantes de um grupo, tornando-se necessário avaliar o CO sob estes dois pontos de vista (CHIAVENATO, 2005).

O CO se dedica a uma investigação sistemática da conduta humana, com foco nas atitudes de cada indivíduo ou grupo pertencentes à uma determinada organização, e objetiva

umentar a produtividade, diminuir as ausências além de promover a cidadania organizacional. Tais atitudes correspondem a acontecimentos comuns no local de trabalho, tais como comprometimento, engajamento, motivação e eficiência na execução do trabalho, sendo que estes acontecimentos estão relacionados aos níveis macro, meso e micro (MIYAZAKI, VIDEIRA, 2020). A gestão de pessoas dentro das organizações busca humanizar a empresa com intuito de desenvolver e colaborar para o crescimento pessoal e profissional, buscando alcançar os resultados dela.

Fisher, Dutra e Amorim (2010) veem o Comportamento Organizacional como uma área que busca entender, prever e esclarecer o comportamento dos indivíduos nas organizações. É, essencialmente, o estudo das ações e atitudes dos colaboradores em um contexto empresarial. Chiavenato (1999) ainda ressalta que objetivos organizacionais devem ser claros, mensuráveis e atingíveis, mantendo o foco nos resultados. Ao estabelecer metas claras, a organização pode formular estratégias mais eficazes.

Gasalla (2007) destaca a evolução da cultura organizacional e a importância de valorizar a diversidade cultural dos colaboradores. A integração dessa diversidade pode potencializar o crescimento da empresa. A complexidade da avaliação dos resultados organizacionais é destacada por Albuquerque, especialmente quando aplicada à gestão de recursos humanos. A harmonia entre a gestão de pessoas e a empresa reflete diretamente nos resultados alcançados.

Robbins (2002) define o Comportamento Organizacional como o estudo do impacto dos indivíduos, grupos e estruturas nas organizações. Este estudo é subdividido em três níveis: individual, grupal e estrutural. O autor também salienta que o Comportamento Organizacional é uma ciência multidisciplinar, recebendo influências de áreas como psicologia, sociologia e ciências políticas.

Organizações e indivíduos buscam atingir metas específicas. Enquanto as empresas contratam e escolhem seus colaboradores visando alcançar objetivos corporativos, esses colaboradores, após serem integrados, também possuem aspirações pessoais. Em muitos casos, eles utilizam a estrutura e oportunidades da organização para alcançar essas aspirações individuais (CHIAVENATO, 2002). Para Silva, Silva e Bergamini (2018) o estudo do comportamento organizacional foca em três pilares fundamentais: o indivíduo, os grupos e a estrutura organizacional. A análise destes elementos é crucial para uma gestão eficaz e bem-sucedida. O entendimento sobre como as pessoas, os grupos e as estruturas influenciam o comportamento contribui para que as empresas operem de maneira mais eficiente.

Este campo se fundamenta em várias disciplinas que estudam o comportamento, como a psicologia e a sociologia. A psicologia, por sua vez, é a ciência que mensura, analisa,

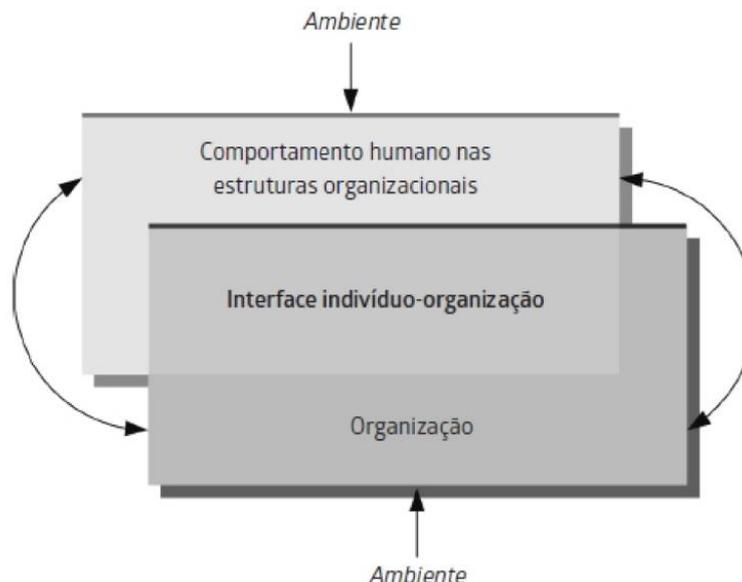
interpreta e molda o comportamento humano, enquanto a sociologia se debruça sobre o estudo da sociedade em sua totalidade. Essas ciências estão interconectadas e auxiliam na compreensão do comportamento organizacional. Com base nesses estudos, podem-se desenvolver técnicas vitais para a gestão, que incluem seleção, treinamento, desenvolvimento e liderança de equipes (OLIVEIRA, 2014).

Deve-se reconhecer que o comportamento é intrinsecamente imprevisível, dado que cada pessoa possui sua própria individualidade e perspectiva. Mesmo em uma situação idêntica, dois indivíduos podem reagir de formas distintas devido às suas diferenças inatas. No entanto, isso não exclui a necessidade de se buscar explicações coerentes sobre as variadas nuances do comportamento humano (OLIVEIRA, 2014).

A Teoria Contingencial, derivada da teoria comportamental, postula que não há uma única maneira ideal de projetar e operar estruturas organizacionais. Em vez disso, sugere-se uma interação dinâmica entre as pessoas e o contexto em que estão inseridas. A organização, portanto, deve estar em sintonia com o ambiente em que opera, adaptando sua gestão e operações em resposta às mudanças. Seja em resposta a fatores ambientais ou tecnológicos, a capacidade de uma organização de se adaptar é crucial para seu sucesso (SILVA; VIANA; FEITOSA, 2018).

Para Oliveira (2014) o Comportamento Organizacional se baseia na análise aprofundada do comportamento humano, focando nas ações e comportamentos de indivíduos e grupos no contexto empresarial. Seu objetivo é potencializar a produtividade, minimizar o absenteísmo e a rotatividade e reforçar a cultura organizacional positiva. O comportamento humano e as estruturas organizacionais são conceitos intrinsecamente ligados dentro de uma empresa ou organização, conforme mostra a figura 1.

Figura 1: Comportamento humano e estruturas organizacionais.



Fonte: Oliveira (2014).

As organizações, ao buscarem atingir seus objetivos de forma eficiente, visam também reduzir custos. Chiavenato (2000) destaca que as empresas selecionam seus colaboradores com precisão, visando atingir metas corporativas. Essa escolha considera as competências individuais, otimizando cada colaborador de acordo com sua habilidade, o que culmina na produtividade desejada pelos líderes.

2.5 Cultura organizacional

A cultura organizacional no meio empresarial é importante para o desenvolvimento das atividades por tratar do modo como que são preparadas as atividades e como são realizadas. Ferreira e Assmar (2008) consideram a cultura organizacional um padrão de pressupostos básicos que se mostram eficazes para resolver os problemas de adaptação externa e integração interna. Essa é razão pelo qual são ensinados esses pressupostos aos novos membros, passando assim a fazer parte da cultura da organização. É possível dizer que a cultura organizacional trata de como a empresa gere sua equipe de profissionais. A cultura organizacional envolve os conceitos e os hábitos operacionais, valores e trabalhos, os quais descrevem determinados grupos da organização (MACÊDO et al. 2005).

Segundo Motta e Vasconcelos (2017) a cultura organizacional pode ser constatada em alguns elementos como: na forma em que os colaboradores são recebidos na organização, nos assuntos que circulam nela, em forma de histórias sobre seus fundadores, por exemplo, e na forma de linguagem mais utilizada pelos funcionários e seus dirigentes.

Falar em cultura implica falar sobre a capacidade de adaptação do indivíduo à realidade do grupo no qual está inserido. A cultura, como a construção do significado social e normativo, possibilita que um grupo se fortaleça ou se desintegre. A cultura expressa os valores e as

crenças que os membros desse grupo partilham. Tais valores manifestam-se por meio de símbolos, como mitos, rituais, histórias, lendas e uma linguagem especializada, orientando os indivíduos de uma referida cultura na forma de pensar, agir e tomar decisões (PIRES; MACEDO, 2006). A seguir discute-se sobre estes conceitos relacionados aos valores organizacionais.

2.5.1 Valores Organizacionais

Os principais componentes de uma organização são seus papéis, suas normas e seus valores. Esses três elementos definem e orientam o funcionamento da empresa. Os papéis prescrevem a forma de comportamento associado a determinadas tarefas, diferenciam os cargos e atribuem status aos indivíduos. As normas são expectativas transformadas em exigências e juntamente com os valores são elementos de integração, uma vez que todos os praticam. Os valores são as metas de cada um (KATZ e KHAN, 1978).

Existem três dimensões fundamentais para o estudo de valores, os valores individuais, os valores laborais e os valores organizacionais (TAMAYO, 2007a). Para esta pesquisa, e para o nível desejado de análise, o foco está nos valores organizacionais, porém torna-se relevante compreender, primeiramente, suas bases, no que tange aos conceitos gerais relativos aos valores individuais.

Silva (2007) coloca que os valores possuem diversos níveis, equivalendo o primeiro deles aos valores individuais. Os valores individuais constituem uma base para um bom funcionário, os quais vão sendo desenvolvidos ao longo de sua jornada de trabalho. Blackwell, Miniard e Engel (2005) afirmam que os valores individuais representam as crenças e os padrões de comportamento aceitáveis por parte das pessoas, sendo esses valores indispensáveis para a compreensão e previsão do comportamento do consumidor.

Procurando realizar metas pessoais por meio do trabalho, os indivíduos devem compreender que o ambiente permite a realização delas, mas para isso é importante saber quais são os motivos que levam as pessoas a trabalharem, ou seja, quais os valores de cada colaborador. Desse modo, os valores dos colaboradores regulam os valores organizacionais e do trabalho, indicando comportamentos que podem ser funcionais ou não, aos objetivos organizacionais (PAIVA; DUTRA, 2007).

Os valores podem influenciar na tomada de decisões das pessoas em seus cargos. Geralmente os valores pessoais são estáveis e não costumam mudar, porém em alguns casos, com o passar do tempo estes vão se modificando. Esses valores podem ser influenciados pelo

setor da atividade econômica que a organização faz parte, quanto pela sua cultura organizacional, à qual é praticada dentro das organizações.

Segundo Rokeach (1973) os valores são crenças duradouras sobre formas específicas de comportamentos sociais ou sobre estados abstratos de existência. Schwartz e Bilsky (1990) elaboraram uma teoria que definia os valores como metas individuais transituacionais que expressam interesses concernentes a um tipo motivacional. A partir das necessidades baseadas por Schwartz (1992) identificou alguns tipos de valores estabelecendo metas motivacionais. Ao analisá-los percebeu que a maioria de seus valores se situam em volta dos valores individuais.

Os valores individuais e os valores organizacionais constituem dois sistemas consolidados e relativamente independentes, mas que compartilham várias características gerais dos valores, tendo em comum os componentes motivacional, cognitivo, hierárquico e pessoal (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). Aliás, ressaltam esses autores, assemelham-se também na importante função que desempenham, isto é, os primeiros orientam a vida das pessoas e os segundos guiam a vida da organização. Uma das formas utilizadas para medir os valores organizacionais é por meio das escalas é apresentada na sequência.

2.5.2 Escalas de Valores Organizacionais

Os valores organizacionais podem ser classificados como princípios ou crenças, organizados de forma hierárquica e estão relacionados a uma estrutura ou modelo comportamental que prestam serviço à interesses individuais, coletivos ou mistos (TAMAYO; GODIM, 1996).

De acordo com Tamayo e Godim (1996), o sistema de valores consiste em uma disposição hierárquica dos mesmos, a partir de uma classificação por ordem de importância. Esta classificação distingue valores primários de valores secundários. Portanto, a hierarquização é inerente aos valores organizacionais. Através da organização dos valores de forma hierárquica, pressupõe-se que a organização se relaciona ativamente com o mundo físico, tomando partido e não apenas como expectador. O princípio de graus de valor em uma escala de valores relacionado a um *continuum* de importância se baseia na relação dos valores com o tempo, que é um fator crucial para seu desenvolvimento, da missão e dos objetivos da empresa, cuja especificidade estabelece uma ordem de prioridade, além do esforço realizado pela organização para que seus membros alcancem os objetivos estabelecidos (TAMAYO; GODIM, 1996).

Com intuito de descrever as percepções sobre os itens da escala de valores organizacionais (IPVO) (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004), realizou o estudo das médias e desvios-padrões das variáveis e também dos fatores da pesquisa.

Tamayo, Mendes e Paz (2000) argumentam que o foco na pesquisa de valores representa uma contribuição para o estudo da cultura organizacional devido à necessidade de encontrar estratégias que possam avaliar os fatores culturais nas organizações e estudar seus fatores culturais. Além disso, evidencia implicações para a vida organizacional e como desenvolver métodos de gestão da vida organizacional. Deste modo, a escala é dividida em 8 fatores, sendo eles: Fator 1 (Aspectos de Realização), Fator 2 (Aspectos de Conformidade), Fator 3 (Aspectos de Domínio), Fator 4 (Aspectos de Bem-estar do Empregado), Fator 5 (Aspectos de Tradição), Fator 6 (Aspectos de Prestígio), Fator 7 (Aspectos de Autonomia) e Fator 8 (Aspectos de Preocupação com a Coletividade). A descrição destes fatores pode ser vista no Quadro 1.

Quadro 1 Descrição dos fatores

Fator	Descrição
Fator 1	Agrega itens que representam valores cuja meta central é o sucesso, através da demonstração de competência da organização e de seus empregados. Desempenho competente é uma exigência para a sobrevivência da organização e para a permanência do empregado nesse contexto.
Fator 2	O conteúdo dos itens refere-se à definição de limites das ações organizacionais e comportamentos de seus membros, dando prioridade ao respeito a regras e modelos de comportamentos, tanto no ambiente de trabalho quanto no relacionamento com outras organizações.
Fator 3	Congrega itens relativos ao Poder, cuja meta central é a obtenção de status, controle sobre pessoas e recursos, bem como à busca de uma posição dominante no mercado.
Fator 4	Os itens deste fator indicam a preocupação da organização em propiciar satisfação ao empregado, atentando para a qualidade de vida no trabalho. Sua base teórica são os valores do tipo motivacional Hedonismo.
Fator 5	Este fator contém itens relativos à preservação e ao respeito aos costumes e práticas consagradas pela organização que prefere manter sua forma de funcionamento.
Fator 6	Os itens estão relacionados ao Poder. A organização busca prestígio, admiração e respeito da sociedade por causa da qualidade dos seus produtos.
Fator 7	Congrega itens referentes à busca de aperfeiçoamento constante do empregado e da organização que se expressa por meio de competência, curiosidade, criatividade, variedade de experiência e definição de objetivos profissionais de seus empregados. Além disso, há uma abertura para os desafios.
Fator 8	Este fator é composto por valores que orientam o relacionamento cotidiano com indivíduos próximos e com a comunidade

Fonte: OLIVEIRA; TAMAYO (2004, p. 135; 137)

O inventário de valores organizacionais (IVO), que foi desenvolvido e validado por Tamayo, Mendes e Paz (2000) estabeleceu uma relação entre um método empírico e uma teoria de valores. A estratégia dos autores se baseou na estrutura e valores organizacionais sugeridas por Schwartz e Ross (1995) e Schwartz (1999). Consequentemente, a teoria de Tamayo e

colaboradores envolveu a utilização das dimensões culturais dos valores organizacionais para estudar os valores organizacionais, pois as empresas são grupos que passam por problemas parecidos com os problemas de uma sociedade. A fim de garantir sua sobrevivência a empresa precisa solucionar os problemas como a relação dos indivíduos com o coletivo, que pode ser fonte de conflito, exigindo formas de tornar os interesses de ambas as partes, compatíveis, a necessidade de estabelecer uma estrutura capaz de garantir que os objetivos da organização sejam alcançados e a relação entre a empresa e o ambiente físico e social (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004).

A similaridade entre os valores pessoais e os valores organizacionais, corresponde à base para o desenvolvimento do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO), obtendo uma teoria integrada de valores. O entendimento dos valores organizacionais se sustenta nos valores individuais, que também são conhecidos como valores básicos, pois são a base para todos os outros valores (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004).

Complementando a discussão de Tamayo e Godim (1996) sobre a hierarquização dos valores organizacionais, é importante reconhecer que esses valores não apenas estruturam a organização, mas também influenciam profundamente o comportamento e as decisões dos colaboradores. Esses valores, quando internalizados, geram um senso de identidade organizacional e direcionam as ações coletivas em direção aos objetivos da empresa, em que esta dinâmica realça a natureza prática dos valores organizacionais, que vão além de meros conceitos teóricos e se manifestam nas práticas diárias, políticas e decisões estratégicas da organização, conforme observado por Oliveira e Tamayo (2004).

Além disso, a relação entre os valores organizacionais e a motivação dos colaboradores, conforme discutido por Oliveira e Tamayo (2004), é muito importante, visto que o alinhamento entre os valores da organização e os valores individuais dos colaboradores pode significativamente aumentar o engajamento e a satisfação no trabalho, criando um ambiente de trabalho mais harmônico e produtivo. Este alinhamento é benéfico tanto para os colaboradores quanto para a organização, uma vez que fomenta um clima organizacional positivo e promove a lealdade e o comprometimento.

Portanto, é essencial considerar, como apontado por Tamayo, Mendes e Paz (2000), que os valores organizacionais são dinâmicos e sujeitos a mudanças ao longo do tempo. As organizações devem estar atentas a essas mudanças, adaptando-se para manter a relevância e eficiência em um ambiente de negócios em constante evolução. A atualização periódica dos valores organizacionais é fundamental para refletir as mudanças no mercado, na sociedade e nas expectativas dos colaboradores, garantindo assim a continuidade e o sucesso da organização no longo prazo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos da atual pesquisa. Deste modo, encontra-se dividido nos seguintes momentos: classificação da pesquisa; coleta e análise de dados.

3.1 Classificação da pesquisa

Esta pesquisa apresenta como objetivo descrever os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol CentroSul RS/MS. Para isto, realizou-se uma pesquisa aplicada que segundo Gil (2010) a pesquisa aplicada é direcionada à obtenção de conhecimentos visando à aplicação em determinada situação.

Como a pesquisa em questão tem o intuito de descrever os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS, essa pesquisa será qualitativa, pois segundo Goldenberg (2004) a representação numérica não é o foco do pesquisador quando se está realizando uma pesquisa qualitativa, mas sim se este tem a preocupação de entender de uma maneira aprofundada uma organização, um grupo social, uma instituição, etc.

Crenças, valores, significados e atitudes é o âmbito de trabalho das pesquisas qualitativas, porque não podem ser reduzidos a variáveis operacionais, tendo em vista que representam um profundo espaço nas relações sociais, fenômenos e processos (MINAYO, 2001). Neste sentido, esta pesquisa se constitui como de natureza descritiva, pois, com base no que Gil (2008) afirma, o intuito principal desse tipo de pesquisa é descrever fenômenos ou características de determinado grupo social, mas também pode ser feita variação entre relações. Ele também diz que a padronização de dados é uma peculiaridade significativa nessa pesquisa, como a aplicação de questionários (GIL, 2008).

Segundo Gil (2008), se o levantamento for feito com todos os integrantes da população escolhida para ser pesquisada é considerado um censo. O autor apresenta também que se parte da população escolhida for selecionada para participar do levantamento se terá uma amostra, sendo esse meio mais utilizado para se fazer levantamentos em pesquisas. Como supracitado anteriormente, a coleta desta pesquisa de dados foi realizada com uma parte da população que é colaboradora da Cresol, em média 120 pessoas, o que possibilitou criar uma amostra dessa população.

Segundo Lavado e Castro (2004) um grupo de elementos, onde todos os elementos separados possuem características em comum com os outros se tem uma população. Os mesmos afirmam também que quando se separa parte da população para a realização de estudos, se tem uma amostra. “O termo amostragem refere-se ao processo pelo qual se obtém uma amostra e deve ser realizada com técnicas adequadas para garantir a representatividade da população em estudo” (LAVADO E CASTRO, 2004, p. 1). Por isso as pessoas participantes da amostra serão aquelas que mais frequentam o estabelecimento da organização e aquelas que estão mais familiarizadas com o ambiente organizacional.

A realização da pesquisa conta com a autorização institucional bem como com o sigilo das informações fornecidas, tanto para a instituição como para a equipe que respondeu os questionários, conforme as questões éticas essas informações serão sigilosas, não sendo expostas.

3.2 Coleta de dados

A referida pesquisa foi realizada na empresa Cooperativa Cresol Centro-Sul cumpre com os aspectos éticos em pesquisa, com a entrega do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE, a todos os respondentes conforme consta no Apêndice A. Além disso, também foi entregue ao diretor responsável pela empresa Cooperativa Cresol CentroSul o Termo de autorização Institucional para a realização da pesquisa, para a sua devida apreciação e assinatura de autorização do estudo proposto nesta pesquisa.

A pesquisa foi realizada via *Google forms* no intuito de obter o maior número de respondentes possível visto que os mesmos poderiam responder no horário mais conveniente em sua rotina diária. Deste modo, o questionário foi aplicado entre os meses de setembro e outubro de 2023, obtendo-se 45 respostas. O questionário foi elaborado a partir da escala de valores de Tamayo (2008), e encontra-se no Apêndice B. O número de fatores e afirmações podem ser vistos na Tabela 1.

Tabela 1 - Fatores e números de afirmações

Fator	Afirmações
Fator 1: “Realização”	5
Fator 2: “Conformidade”	7
Fator 3: “Domínio”	6
Fator 4: “Bem-estar do Empregado”	6
Fator 5: “Tradição”	5
Fator 6: “Prestígio”	4
Fator 7: “Autonomia”	8
Fator 8: “Preocupação com a Coletividade”	7

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Para a coleta de dados utilizou-se a aplicação de questionário pelo *Google forms*, conforme apresentado no Apêndice B. Foram enviados e-mails com o link do formulário de pesquisa para todos os 120 colaboradores da cooperativa Cresol, dentre eles funcionários e gestores de equipe e direção (Tabela 2). O número de colaboradores e gestores foi fornecido pela Cresol.

Tabela 2 - Amostra do estudo

	Número	Amostra participante da pesquisa
Colaboradores	107	41
Gestores	13	04
Total	120	45

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Após a aplicação dos questionários, os dados foram analisados com auxílio do Excel calculando as médias e desvios padrão das afirmações, bem como, foram feitos gráficos e tabelas com base nos dados coletados através dos questionários. Na primeira parte foi analisado o perfil sociodemográfico dos colaboradores (idade, tempo de cooperativa, cargo, gênero, escolaridade...), por meio de estatísticas descritivas. Na segunda parte foi utilizada a escala de valores organizacionais (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004), para a análise dos resultados, sendo geradas médias e desvios padrões (HAIR JR. et al, 2005), para cada afirmação, bem como, para cada fator.

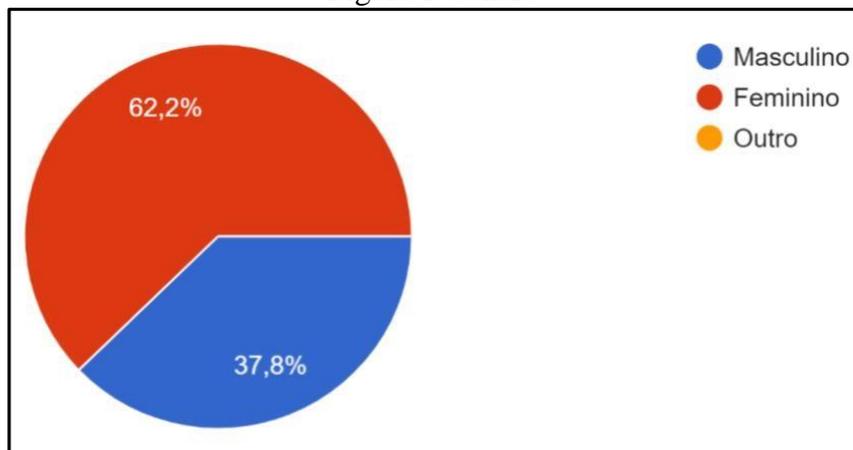
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo traz os resultados das entrevistas dos cooperados da CRESOL dividida em duas subseções, a primeira se destina a caracterização dos respondentes da pesquisa e a segunda à percepção dos valores organizacionais e do indivíduo.

4.1 Caracterização dos respondentes

Com relação à caracterização dos participantes, estes foram questionados quando: ao gênero, idade, nível educacional, cargo, região e tempo de atuação. Deste modo, conforme pode ser visto na Figura 1, a amostra foi composta por 62,2% (28 indivíduos) de colaboradores e gestores do sexo feminino e 37,8% do sexo masculino (17 indivíduos).

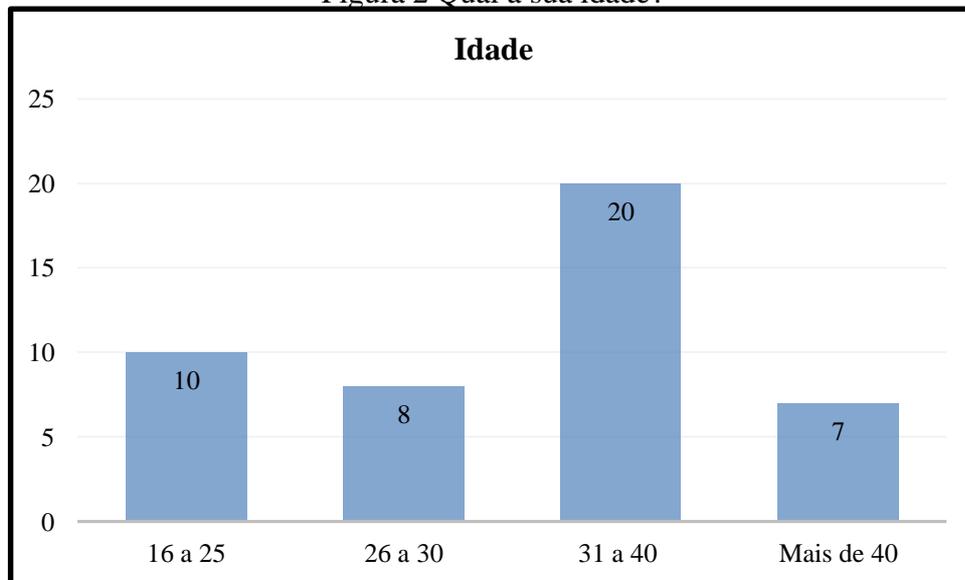
Figura 1 Gênero



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

A idade dos participantes variou de 18 a 55 anos, tendo 10 participantes entre 16 e 25 anos (22,4%), 8 tinham entre 26 a 30 anos (17,7%), 20 de 31 a 40 anos (44,4 %) e 7 mais de 40 anos (15,5%). Estes dados podem ser vistos na Figura 2.

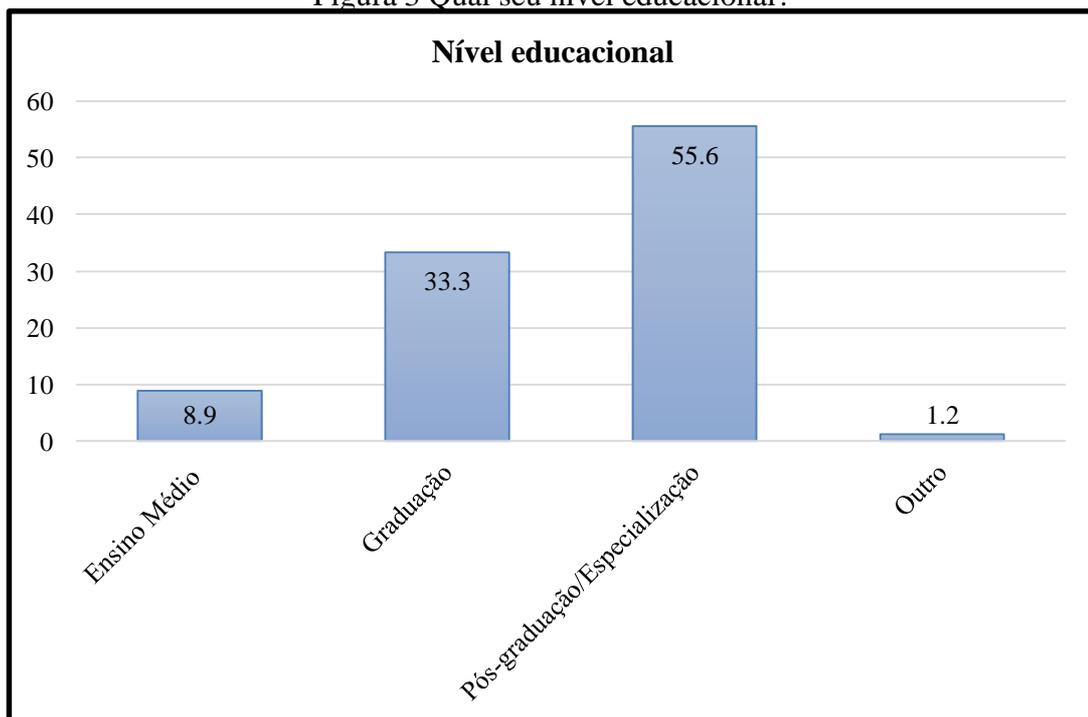
Figura 2 Qual a sua idade?



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

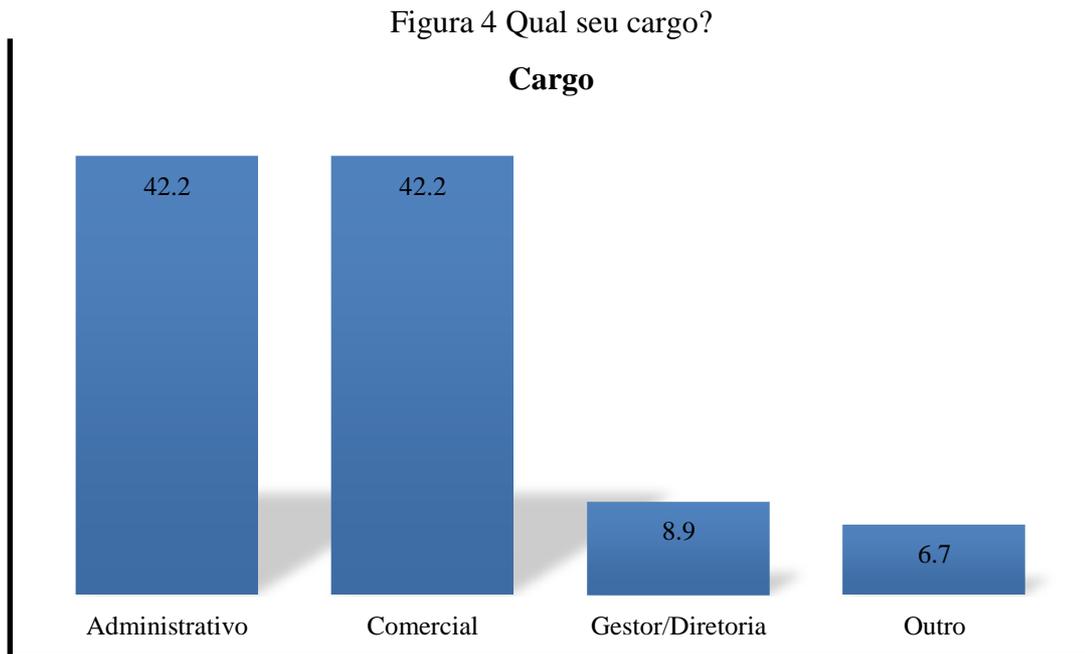
Quanto ao nível educacional os dados demonstram que 8,9% dos participantes têm ensino médio (4 indivíduos), 33,3% tem graduação (15 indivíduos), 55,6% tem pós-graduação/especialização (25 indivíduos) e 1,2% outros (1 indivíduo). Estes dados podem ser vistos na Figura 3

Figura 3 Qual seu nível educacional?



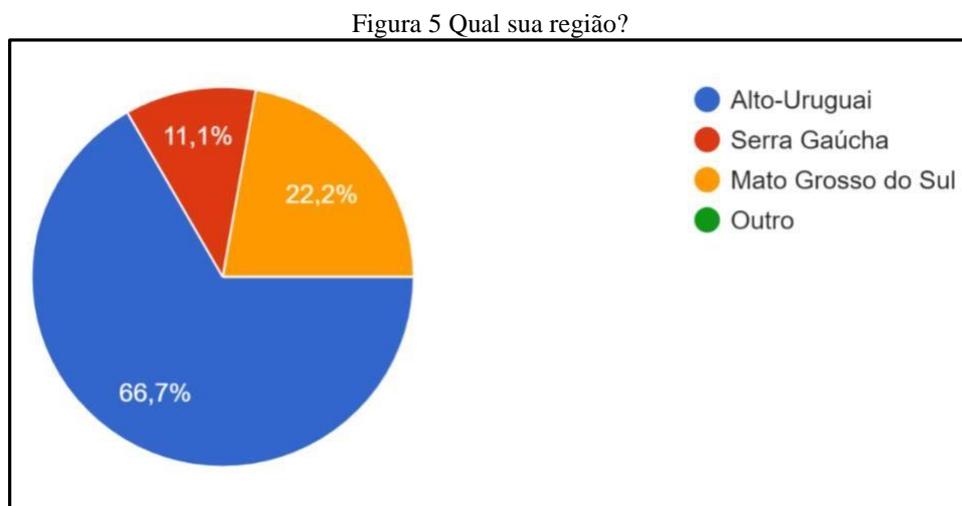
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Quando questionados quanto ao cargo 42,2% possui cargo administrativo (19 indivíduos), 42,2% cargo comercial (19 indivíduos), 8,9% é gestor/diretoria (4 indivíduos) e 6,7% outros (3 indivíduos). Estes resultados podem ser vistos na Figura 4.



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

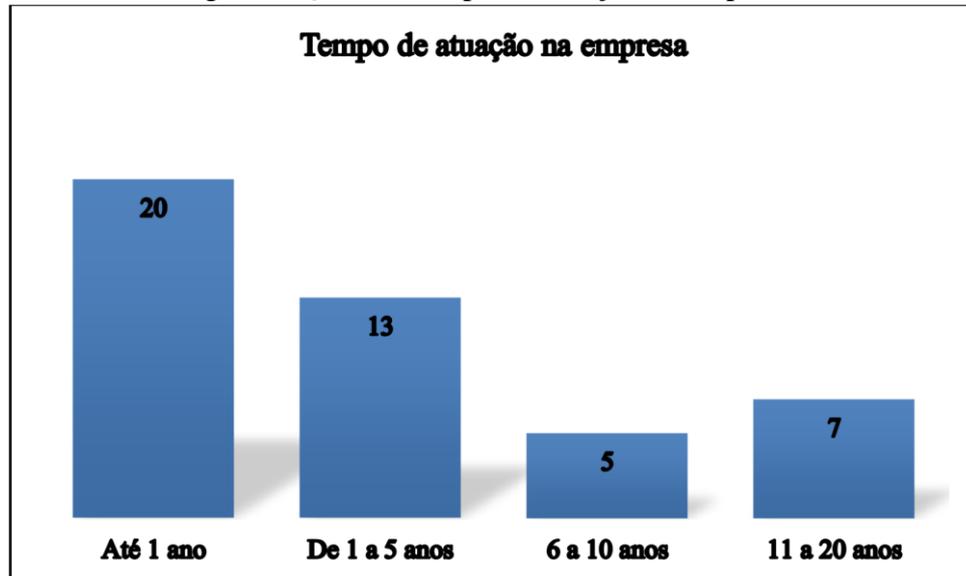
Quando questionados sobre a região que cada participante pertence, sendo 66,7% pertencente ao Alto-Uruguai (30 indivíduos), 22,2% ao Mato Grosso do Sul (10 indivíduos) e 11,1% a Serra Gaúcha (5 indivíduos). Estes dados podem ser vistos na Figura 5



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

O tempo de atuação na empresa que variou de 1 semana até 20 anos. Dos colaboradores e gestores 20 participantes estão atuando por até 1 ano na empresa (44,4%), 13 atuam de 1 a 5 anos (29%), 5 atuam de 6 a 10 anos (11,1%) e 7 atuam de 11 a 20 anos (15,5%). Estes dados podem ser vistos na Figura 6.

Figura 6 Qual seu tempo de atuação na empresa?



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Portanto, a partir da caracterização da amostra, evidenciou-se que, na sua maioria são mulheres, com idade entre 31 e 40 anos, possuem pós-graduação/especialização, com cargo administrativo ou comercial, estão na região do Alto-Uruguaí e atuam na empresa a 1 ano.

4.2 Percepção dos valores

Para Hair Jr et al. (2005), a média é uma das medidas de tendência central mais utilizadas, enquanto o desvio padrão destaca a variabilidade dos valores da distribuição da amostra e o grau de dispersão da média, podendo ser o indicador de dispersão mais valioso. Como a escala Likert varia de 1 a 5, qualquer média acima do meio da escala é considerada uma boa avaliação (HAIR JR et al., 2009). Portanto, se o desvio padrão for menor que 1, indica que os respondentes tendem a ter opiniões semelhantes sobre o mesmo tema; se for maior que 1, indica que há diferenças entre os respondentes (HAIR JR et al., 2009).

Carvalho et al. (2014) buscaram identificar quais são os valores que profissionais de uma empresa *start-up* acreditam ser importantes para o trabalho. Para tanto, foi realizado um

grupo focal com 17 funcionários. Os resultados indicaram que existe uma categorização dos principais valores identificados. O valor considerado mais importante foi a realização no trabalho, seguida pelo relacionamento interpessoal, estabilidade e prestígio.

A média mais elevada dentre as variáveis do fator 1 que é a Realização (Tabela 3) foi na afirmação A1 (média 4,91), onde concordam que para esta organização, planejar metas é essencial. As demais médias variaram entre 4,57 e 4,86, indicando que os colaboradores e gestores concordam com as afirmações. O maior desvio padrão foi na A5 de 0,78, indicando menor concordância nas opiniões.

Tabela 3 Médias e desvios padrões do fator 1

Variáveis	Média	Desvio-padrão
A1 Para esta organização, planejar metas é essencial	4,91	0,29
A2 Esta organização valoriza a competência	4,57	0,73
A3 Esta organização acha que é importante ser competente	4,77	0,52
A4 Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem	4,86	0,35
A5 Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades	4,66	0,78

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No que se refere ao fator 2, ou seja, aos aspectos de conformidade, observa-se na Tabela 4, que a maior média foi encontrada na afirmação A4 (média 4,89), onde os cooperados concordam que para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho. O desvio padrão foi de 0,84 na afirmação A7 indicando menor concordância nas opiniões.

Para Sagiv et al. (2017), os valores caracterizam indivíduos e grupos sociais, como nações, organizações empresariais e grupos religiosos. Numa cultura, podem ser encontrados valores que representam metas que os membros do grupo são incentivados a perseguir e justificam a busca de metas, enquanto no nível individual, os valores são metas ideais que motivam ações e servem como metas. Os princípios norteadores da vida dessas pessoas (SAGIV et al., 2017). Acredita-se que os valores culturais, organizacionais e pessoais se reforçam mutuamente e são inseparáveis e, portanto, influenciam a decisão de permanecer membro de um determinado grupo.

Tabela 4 Médias e desvios padrões do fator 2

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Esta organização acredita que as regras são importantes	4,77	0,48
A2 Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos	4,59	0,58

A3	O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização	4,64	0,53
A4	Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho	4,89	0,32
A5	Esta organização acredita que a cortesia é importante	4,86	0,41
A6	Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes	4,77	0,52
A7	Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer	4,25	0,84

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Referente ao fator 3 (Domínio), observou-se variações entre as médias e desvios padrões, conforme exposto na Tabela 5. A média mais elevada foi encontrada na afirmação A4 (média 4,79), revelando que os cooperados concordam que esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Já nas afirmações A5 e A7 os colaboradores e gestores não concordam nem discordam. O desvio padrão mais alto foi de 1,09 na A7 indicando discordância entre os pesquisados.

É de conhecimento geral que no decorrer dos anos as organizações são influenciadas diretamente pelas constantes transformações dos ambientes em que atuam, do mercado e das tecnologias. A evolução é notável e está presente no cotidiano de todos, desde os pontos mais simples até os mais elaborados. Não se trata apenas de uma mudança nas organizações e estruturas presentes nas grandes empresas, mas uma modificação também na vida daqueles que interagem com esta, ou seja, na vida dos próprios trabalhadores (MALBAŠIĆ; MARIMON; MAS-MACHUCA, 2016).

Tabela 5 Médias e desvios padrões do fator 3

	Variáveis	Média	Desvio-padrão
A1	Esta organização busca o domínio do mercado	4,36	0,89
A2	Esta organização acha importante ser competitiva	4,45	0,76
A3	Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades	4,52	0,73
A4	Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante	4,79	0,63
A5	O prazer, para esta organização, é obter lucros	3,32	1,05
A6	Os clientes valorizam os produtos ou serviços da cooperativa?	4,09	0,96
A7	É importante para esta organização ser rica	3,20	1,09

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Com relação ao bem-estar do empregado, que formou o fator 4 (Bem-estar do Empregado), evidenciou-se variações entre as médias e discordância entre a opinião dos alunos. O escore mais alto foi encontrado na afirmação A1 (média 4,43), indicando que os colaboradores e gestores concordam levemente que esta organização se preocupa com a qualidade de vida dos empregados. A afirmação A4 apresentou média 3,22, indicando que os

colaboradores e gestores não concordam e não discordam que para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados. O desvio padrão mais alto foi de 1,08 na A4 indicando discordância entre os respondentes (Tabela 6).

De uma forma simples e precisa, basta tentarmos notar as modificações que o mundo vem sofrendo, de como o ambiente tem se mostrado extremamente importante para que a empresa tenha um correto funcionamento e como os empregados e funcionários atuam diretamente nessa finalidade, bem como da necessidade que eles têm de conseguir uma qualidade de vida otimizada e de não serem considerados como uma pequena engrenagem de algo muito maior, mas sim como uma peça extremamente importante e de grande valia para esta.

Tabela 6 Médias e desvios padrões do fator 4

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados	4,43	0,90
A2 Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados	4,22	1,01
A3 Nesta organização, os empregados são premiados	4,22	1,01
A4 Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados	3,22	1,08
A5 Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado	4,02	0,93
A6 É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados	4,43	0,90

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No fator 5, formado pela dimensão tradição, observaram-se variação na variável 4 conforme aponta a Tabela 7. A afirmação A4 revelou que os estudantes concordam (média 4,43) que o comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes. A afirmação A3 apresentou um desvio padrão de 1,21 indicando discordância entre os pesquisados.

No campo organizacional, a teoria afirma que a integração dos colaboradores ao ambiente de trabalho deve ser alcançada por meio da adaptação pessoal e do ajuste aos valores organizacionais. Com base nessa semelhança motivacional, o Brasil desenvolveu um inventário de perfis de valores organizacionais. Nessa perspectiva, os valores organizacionais referem-se à forma como os indivíduos percebem os valores incorporados em seu ambiente de trabalho. Portanto, os valores atuam como elemento integrador porque são compartilhados por todos ou pela maioria dos membros da organização (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). Oliveira e Tamayo (2004) apresentaram os valores organizacionais como um construto bidimensional, seja coletivismo ou individualismo.

Tabela 7 Médias e desvios padrões do fator 5

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Esta organização procura manter práticas consagradas	4,29	0,73
A2 Esta organização preserva os costumes antigos	4,20	0,82
A3 Esta organização evita mudanças	2,45	1,21
A4 O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes	4,43	0,70
A5 A tradição é uma marca desta organização	4,36	0,78

No fator 6, formado pela dimensão prestígio, observaram-se variação nas afirmações A1 e A2 com média de 4,75 de acordo com a Tabela 8. A afirmação 1 revelou que os colaboradores e gestores concordam que esta organização tem prestígio na sociedade organização tem prestígio e que esta organização tem influência na sociedade. O maior desvio padrão foi de 0,70 na afirmação A3 indicando concordância entre os colaboradores e gestores.

Tabela 8 Médias e desvios padrões do fator 6

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Esta organização tem prestígio na sociedade organização tem prestígio	4,75	0,49
A2 Esta organização tem influência na sociedade	4,75	0,49
A3 Esta organização influencia outras organizações	4,43	0,70
A4 Esta organização tem prestígio	4,70	0,51

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No estudo dos valores organizacionais, o tipo de cultura organizacional e as declarações de valores como componentes da gestão e da comunicação estratégica estão relacionadas com o impacto da eficácia organizacional. Além disso, é demonstrado como a estrutura de valores competitivos está relacionada ao engajamento no trabalho, à inovação do modelo de negócios e à sustentabilidade corporativa, bem como às formas instrumentais de gestão do caráter dos funcionários e à regulação relacionadas à dimensão ética. Avaliação e bem-estar (PEDERSEN; GWOZDZ; HVASS, 2018).

No fator 7, formado pela dimensão autonomia, observaram-se variação nas afirmações 3 e 6 com média de 4,54 de acordo com a Tabela 9. A afirmação A3 revelou que os colaboradores e gestores concordam que esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados e na A6 que esta organização estimula o empregado a enfrentar desafios. O maior desvio padrão foi de 1,13 na A4 mostrando discordância entre os pesquisados.

Tabela 9 Médias e desvios padrões do fator 7

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Para esta organização, é importante ser criativa	4,48	0,95
A2 Esta organização valoriza empregados curiosos	4,09	0,96
A3 Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados	4,54	0,85
A4 Esta organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho	3,70	1,13
A5 Esta organização procura aperfeiçoar-se constantemente	4,41	0,92
A6 Esta organização estimula o empregado a enfrentar desafios	4,54	0,70
A7 Esta organização incentiva o empregado a ser criativo	4,32	0,93

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Sabe-se que os valores evocam emoções quando ativados; motivam ações para atingir objetivos; transcendem ações e situações específicas e se distinguem de normas e atitudes; servem como padrões ou diretrizes que orientam a seleção ou avaliação de ações e decisões. Os traços priorizados são sistematicamente ordenados de acordo com cada pessoa; o comportamento diário é guiado por múltiplos valores. Existe uma ligação entre a cultura subjacente e os valores pessoais, mediada por instituições sociais que influenciam as crenças, valores, comportamentos e formas de pensar dos membros da sociedade (SCHWARTZ, 2013). Dentre essas instituições podemos apontar a organização representada neste estudo pelas cooperativas de propriedade rural.

No fator 8, formado pela dimensão preocupação com a coletividade, observaram-se variação nas afirmações A3 e A6 com média de 4,88 de acordo com a Tabela 10. A afirmação A3 revelou que os colaboradores e gestores concordam que esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação e na 6 que esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes. O desvio padrão mais elevado foi 0,95 na A1 demonstrando concordância entre os respondentes.

Tabela 10 Médias e desvios padrões do fator 8

Variáveis	Média	Desvio padrão
A1 Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade	4,52	0,95
A2 Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa	4,70	0,79
A3 Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação	4,88	0,39
A4 Esta organização considera a lealdade importante	4,86	0,41
A5 Esta organização acredita no valor da honestidade	4,75	0,53
A6 Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes	4,88	0,39
A7 A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização	4,48	0,82

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Na perspectiva de Oliveira e Tamayo (2004), os valores organizacionais no Brasil podem ser encontrados no estudo de Teston et al. (2020). Teston et al. (2020) afirma que os

valores estão relacionados ao bem-estar porque sentir-se bem significa tomar decisões consistentes com os valores do trabalho. Teston, Zawadzki e Verdinelli (2020) estudaram os valores dos gestores de propriedades rurais e notaram a importância de estudar esse tema com seus sucessores, pois pensar em políticas e práticas consistentes com os valores pode ajudá-los a identificar e manter sua liderança na gestão da propriedade rural.

Após apresentar as médias e desvios de cada variável, realizou-se a transformação de cada grupo de variáveis em um único fator. Assim, com relação aos oito fatores, conforme a Tabela 11, as melhores avaliações (acima de 3,50) foram obtidas no fator 1 (média 4,75) e no fator 8 (média 4,72). As menores avaliações pertenceram ao fator 4 (média 4,09), fator 5 (média 3,95). O desvio padrão mais elevado foi de 1,05 no fator 5 demonstrando discordância entre os respondentes.

Tabela 11 Médias e desvios padrões dos fatores

Fator	Média	Desvio-padrão
Fator 1: “Realização”	4,75	0,58
Fator 2: “Conformidade”	4,68	0,58
Fator 3: “Domínio”	4,11	1,05
Fator 4: “Bem-estar do Empregado”	4,09	1,04
Fator 5: “Tradição”	3,95	1,14
Fator 6: “Prestígio”	4,65	0,56
Fator 7: “Autonomia”	4,29	0,96
Fator 8: “Preocupação com a Coletividade”	4,72	0,66

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Bergamini (2018) afirma que é necessário discutir os conceitos relativos à motivação interna e externa; considerando-se que a tentativa de exercer a motivação em direção as pessoas com recompensas somente extrínsecas, possivelmente, não sejam suficientes. O autor citado ao falar sobre a motivação interna comenta que focar o trabalho como algo realmente interessante implicará na satisfação das necessidades em face aos fatores “competência” e “autodeterminação”, que perfazem quesitos internos ou intrínsecos. Nesse viés, os colaboradores, intrinsecamente, motivados para o trabalho, não irão procurar suas recompensas em outro segmento, visto que estarão motivados pelos aspectos internos, ou seja, mediante sua própria concepção sobre o trabalho desenvolvido; logo, esse pode ser um tipo de motivação que se enquadra entre aquelas que são valorizadas em âmbito organizacional.

Entende-se que, o desenvolvimento empresarial está diretamente ligado à maneira que seus relacionamentos são geridos. Compreender a importância da comunicação interna (empresa e funcionamento / gerência e servidor) tanto quanto a externa (venda e consumidor / demanda e procura), quanto ao conceito necessário para inovação, a partir disto, é necessário

conseguir identificar e implementar novas estratégias de gestão e organização para que, por fim, seja possibilitada a busca pela evolução comercial.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivo descrever os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol CentroSul RS/MS. O problema de pesquisa foi: *Qual é a percepção dos colaboradores e gestores da Cresol Centro-Sul sobre os valores da organização?* A pesquisa foi realizada através de questionário com os gestores e colaboradores da Cresol.

A partir da caracterização da amostra, evidenciou-se que, na sua maioria são mulheres, com idade entre 31 e 40 anos, possuem pós-graduação/especialização, com cargo administrativo ou comercial, estão na região do Alto-Uruguai e atuam na empresa a 1 ano. Com intuito de descrever as percepções sobre os itens da escala de valores organizacionais (IPVO) realizou o estudo das médias e desvios-padrões das variáveis e dos fatores da pesquisa.

Os resultados obtidos auxiliaram na compreensão de como os colaboradores das organizações estudadas priorizam valores em suas vidas pessoais e como percebem os valores priorizados pela empresa. Verificou-se que o fator de valores pessoais mais bem avaliado na vida dos funcionários foi o universalismo/benevolência. Este valor é crítico para muitos trabalhadores porque a análise do desvio padrão mostra que é baixo. É importante para eles salvaguardarem e melhorar o bem-estar daqueles com quem interagem, bem como tolerar e promover o bem-estar de todos e da natureza.

A limitação encontrada foi alcançar um maior número de respondentes ao questionário, visto que apesar de buscar um meio de distribuição que chegasse a todos os colaboradores e gestores apenas 45 dos 120 e-mails foram respondidos. Entretanto, acredita-se que a pesquisa possa contribuir para a cooperativa entender a percepção dos seus valores a partir da visão de seus colaboradores e gestores. Do mesmo modo, possa auxiliar outras cooperativas que almejam direcionar um olhar para seus valores organizacionais. Sugere-se que em estudos futuros sejam analisados os valores organizacionais a luz dos princípios do cooperativismo, além disso, sugere-se que sejam realizadas pesquisas qualitativas, permitindo um olhar mais abrangente.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, Lucas V.; STECCA, Jaime P. **Gestão de pessoas**. Rede e-tech Brasil. Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Santa Maria – RS, 2015.
- BERGAMINI, C.W. **Motivação nas organizações**. Editora GEN. São Paulo. 2018.
- CARVALHO, V.D. et al. Valores do trabalho e incubação de empreendimentos solidários: a experiência da associação Terra do Marolo. **Psicol. Soc.**, Belo Horizonte, v. 26, n. 2, p. 449-460, Aug. 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. . 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- FARDINI, Giulianna. **Fundamentos do cooperativismo**. SESSCOOP, Brasília-DF, 2017.
- FERREIRA, M.C; ASSMAR, E.M.L. Cultura organizacional. In: SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. **Medidas do comportamento organizacional: Ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008. Cap. 7, p. 127-140.
- FISHER, André Luiz. DUTRA, Joel Souza. AMORIM, Wilson Aparecido. **Gestão de Pessoas: Práticas Modernas e Transformações nas Organizações**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GASALLA, José María. **A Nova Gestão de Pessoas**. 8. ed., São Paulo: Saraiva, 2007.
- GIL A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo. Editora Atlas, 2008.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. 8 ed. Rio de Janeiro. Editora Record, 2004.
- JUNQUEIRA, Mauro C.; SOUZA, Marco A.; JARDIM, Luciane V. **Cooperativismo uma história sempre atual**. Disponível em <<https://www.bibliotecaagptea.org.br/administracao/cooperativismo/livros/COOPERATIVISMO%20SEMPRE%20ATUAL.pdf>> Acesso em 12 de junho de 2021.
- LAVADO, E. L.; CASTRO, A. A. **Projeto de pesquisa (Parte V – amostra)**. In: CASTRO, A. A. Planejamento da Pesquisa. São Paulo, AAC; 2001. Cap. 7, p. 1-8. Disponível em <http://www.usinadepesquisa.com/pdf/pesquisar/lv4_07_amostra.pdf>. Acesso em 15 de Maio de 2023.

- MACEDO, K.B. et al. **Valores individuais e organizacionais: estudo com dirigentes de organizações pública, privada e cooperativa de Goiás. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, 2005, vol. 8, pág. 29-42. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/cpst/v8/v8a03.pdf>> Acesso em 12 de Maio de 2023.
- MARQUES, Fernanda. **Gestão de pessoas: Fundamentos e tendências**. ENAP Escola Nacional de Administração Pública, Brasília-DF, 2015.
- MINAYO, M. C. S. et al. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 21 ed. Petrópolis. Editora Vozes, 2001.
- MALBAŠIĆ, I.; MARIMON, F.; MAS-MACHUCA, M. Is it worth having focused values? **Management Decision**, v. 54, n. 10, p. 2370–2392, 2016.
- MIYAZAKI, Fernando R.; VIDEIRA, Denise P. Pesquisas multinível em comportamento organizacional: uma revisão da literatura internacional. **Revista de Administração Unimep**, v. 18, N. 3, 2020.
- OCB. História do cooperativismo. Disponível em <<https://www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo>> Acesso em 12 de junho de 2021.
- OLIVEIRA, A. F.; TAMAYO, A. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 39, n. 2, p. 129–140, 2004.
- OLIVEIRA, A.; TAMAYO, A. **Inventário de perfis de valores organizacionais**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo. v. 39, n. 2, p. 129-140, 2004.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Estrutura organizacional: uma abordagem para resultados e competitividade**. 3.ed. São Paulo; Editora Atlas, 2014.
- PEDERSEN, E. R. G.; GWOZDZ, W.; HVASS, K. K. Exploring the relationship between business model innovation, corporate sustainability, and organizational values within the fashion industry. **Journal of Business Ethics**, v. 149, n.2, p. 267–284, 2018.
- PIRES, J. C. S.; MACÊDO, K. B. **Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil**. Rev. Adm. Pública vol.40 no.1 Rio de Janeiro Jan./Feb. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122006000100005> Acesso em 10 de Maio de 2023.
- REISDORFER, Vitor R. **Introdução ao cooperativismo**. Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil, Santa Maria, 2014.
- ROBBINS, S.P.; JUDGE, T.A. **Comportamento Organizacional**. 18ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2017
- ROS, M.; SCHWARTZ, S.H; SURKISS, S. Basic individual values, work values, and the meaning of work. **Applied Psychology: an International Review**, v.48, n.1, p.49-71, 1999.
- SAGIV, L.; ROCCAS, S.; CIECIUCH, J.; SCHWARTZ, S. H. Personal values in human life. **Nature Human Behaviour**, v. 1, n. 9, p. 630–639, 2017.

SALES, João E. Cooperativismo: Origens e evolução. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**, n. 1, p. 23-34, 2010.

SCHWARTZ, S. H. Rethinking the concept and measurement of societal culture in light of empirical findings. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 45, n.1, p. 5–13, 2013.

SCHWARTZ, S.H.; ROS, M. Values in the west: a theoretical and empirical challenge on the individualism-collectivism cultural dimension. **World Psychology**, v.1, n.2, p.91-122, 1995.

SILVA, L. S. **Valores organizacionais e valores humanos como fatores de impacto no bem-estar ocupacional**. 2007. 117 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007.

SILVA, T. M.; VIANA, C.M.C.; FEITOSA, L.C. **O Impacto da Gestão do Clima Organizacional no Comportamento das Pessoas do Setor Público**. Id on Line Rev. Mult. Psic.V.12, N. 42, p. 213-224, 2018 -ISSN 1981-1179.

SILVA, F.D.; SILVA, E.R.; BERGAMINI, G.B. **O clima organizacional como fator para o desempenho profissional**. Rev Cient da Fac Educ e Meio Ambiente: Revista da Faculdade de Educação e Meio Ambiente -FAEMA, Ariquemes, v. 8, n. 2, p. 745-749, jul-dez. 2018.

TAMAYO, A. Contribuições ao Estudo dos Valores Pessoais, Laborais e Organizacionais, **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, p. 017-024, 2007.

TAMAYO, A.; GONDIM, M.G.C. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP)**, São Paulo, v.31, n.2, p.62-72, abr./jun. 1996.

TAMAYO, A.; MENDES, A.M.; PAZ, M.G.T. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia**, Natal, v.5, n.2, p.289-315, 2000.

TESTON, S. DE F.; ZAWADZKI, P.; LIZOTE, S. A.; GUPTA, S. K.; REZNIK, N. Valores organizacionais percebidos por sucessores de propriedades rurais em sistema cooperativista: Coletivistas ou individualistas? **Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 18, p. 251–263, 2020.

TESTON, S. DE F.; ZAWADZKI, P.; VERDINELLI, M. A. Organizational values of rurais managers in a cooperative system. **Revista de Administração UFSM**, v. 13, p. 1495–1509, 2020.

APÊNDICES

Apêndice A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO- TCLE

Prezado (a) Senhor (a), você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa intitulada A INFLUÊNCIA DOS VALORES ORGANIZACIONAIS DA CRESOL RAIZ NA PERCEPÇÃO DE SEUS COLABORADORES E GESTORES. Diante disso, essa pesquisa visa contribuir para a sistematização e divulgação do conhecimento científico, o qual será difundido em formato de Trabalho de Conclusão de Curso da acadêmica CAMILA INÊS FACCIN do Curso de Bacharelado em Administração do Fiar-Campus Frederico Westphalen, sob a orientação do professor Roberto Carlos Dalongaro. Ao aceitar participar desse estudo você responderá a entrevistas com roteiro semiestruturado. As entrevistas poderão ser gravadas mediante a sua autorização, sendo que a gravação será utilizada apenas para fins desta pesquisa. Sua participação nesse estudo é livre e voluntária. Não haverá nenhuma forma de compensação financeira, e também, não haverá custos para o participante. No caso de divulgação da pesquisa na forma de artigo científico, a identidade de todos (a) os (as) participantes permanecerá em absoluto sigilo.

Frederico Westphalen/RS, ____ de _____ 2023.

Assinatura do (a) entrevistado (a)

Apêndice B: Questionário de Pesquisa

Pesquisa sobre valores organizacionais na Cresol

Perguntas Respostas 45 Configurações

Seção 1 de 4

Pesquisa sobre valores organizacionais na Cresol

O (a) Senhor (a) está sendo convidado a participar de uma pesquisa acadêmica intitulada " VALORES ORGANIZACIONAIS: QUAL A PERCEPÇÃO DOS GESTORES E COLABORADORES DA CRESOL CENTRO-SUL RS/MS? ", desenvolvida por Camila Inês Faccin, discente do Curso de Administração do Instituto Federal Farroupilha - Campus Frederico Weshesphalen, sob orientação da Professora Dra Ana Claudia da Rosa. Gostaria de contar com a sua colaboração, respondendo às perguntas deste formulário, a sua participação é muito importante para a execução da pesquisa. O objetivo da pesquisa é analisar os valores organizacionais aplicados pela Cresol na percepção da equipe de colaboradores e gestores da cooperativa Cresol Centro-Sul RS/MS. As informações desta pesquisa serão confidenciais e poderão ser divulgadas, apenas, em eventos ou publicações, sem a identificação dos participantes, sendo assegurado, portanto, o sigilo sobre sua participação. Para confirmar sua participação basta assinalar:

Consentimento *

Li e concordo em participar da pesquisa

Após a seção 1 Continuar para a próxima seção

Seção 2 de 4

Perguntas de perfil >< ⋮

Descrição (opcional)

Gênero *

Masculino

Feminino

Outro

Idade *

Texto de resposta curta

Seu nível educacional: *

Ensino fundamental

Ensino médio

Graduação

Pós-graduação/Especialização

Mestrado

Outro

Função *

Administrativo

Comercial

Gestor/diretoria

Outro

<p>É importante para esta organização ser rica. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
<p>Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	Concordo plenamente				
<p>Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
<p>Nesta organização os empregados são premiados. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo plenamente	<input type="radio"/>	Concordo plenamente				
<p>Para esta organização é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
<p>Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado. *</p>						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

Para esta organização é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Esta organização considera a lealdade importante. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
...						
Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Esta organização acredita no valor da honestidade. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização. *						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				